

SIKAP WARGA DUSUN REJOSO DESA SUMBER REJO KABUPATEN PASURUAN MENGENAI AKTIVITAS *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* BIOGAS PT. PJB

Rahayu Florensia, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

rahayu.florensia@gmail.com

Abstrak

Public Relations adalah fungsi manajemen dalam perusahaan yang berperan untuk mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan perusahaan terhadap publiknya, dan menyusun rencana lalu menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik terhadap perusahaan. PT. Pembangkit Jawa-Bali (PJB) sebagai perusahaan negara yang bergerak di bidang pembangkitan listrik yang mengadakan aktivitas *corporate social responsibility* Biogas di Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan. Setelah aktivitas ini dijalankan tentunya perlu ada evaluasi yang menunjukkan bagaimana tanggapan publik mengenai program komunikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana sikap warga Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas PT. PJB. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap warga Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas cenderung positif.

Kata Kunci: Sikap, *Corporate Social Responsibility* Biogas, PT. PJB

Pendahuluan

Public Relations adalah “fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik” (Kasali, 1994,p.194). Setiap program dan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, seorang *Public Relations* berperan untuk menganalisis/evaluasi terhadap dampak yang terjadi setelah program tersebut dijalankan. Analisis dimulai dari bagaimana perusahaan melakukan komunikasi dengan publik sehingga mengambil kebijakan dan menjalankan program tersebut. Dilanjutkan pada bagaimana reaksi publik mengenai perusahaan dan melakukan perbaikan untuk menciptakan pengertian dan pemahaman dari publik.

Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favourable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavourable*) pada

objek tersebut (Berkowitz, 1972). Dalam buku yang berjudul Sikap Manusia, La Pierre mendefinisikan sikap sebagai “suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respons terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan” (dalam Azwar, 2011). Sikap dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecenderungan potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respons.

Di lain sisi, *Public Relations* juga berperan dalam menjalin hubungan dengan publik, baik internal maupun eksternal. Cutlip mengatakan bahwa *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan perusahaan itu (2009). Pernyataan ini menunjukkan adanya hubungan yang saling terkait antara perusahaan dengan publik. Kedudukan perusahaan dipengaruhi oleh keberadaan publik. Begitu pula sebaliknya, publik membutuhkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik. Menurut salah satu pakar, keberadaan sebuah perusahaan dan masyarakat, keduanya memiliki sifat saling mempengaruhi dan dipengaruhi (Nor Hadi, 2011, p. 95).

Corporate social responsibility merupakan salah satu cara komunikasi perusahaan dengan publik. Dalam penelitian ini, khususnya *corporate social responsibility* yang merupakan komunikasi dengan pihak eksternal. *Corporate social responsibility* dilakukan untuk membangun hubungan perusahaan dengan publik eksternal, dan tentunya mempertahankan hubungan baik juga. Dengan melakukan *corporate social responsibility* yang sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan publik, maka perusahaan mewujudkan perhatiannya terhadap publik khususnya publik eksternal. *Corporate social responsibility* ini dapat membentuk sikap masyarakat mengenai perusahaan. Baik itu sikap yang positif maupun yang negatif, tergantung bagaimana komunikasi yang dijalankan oleh perusahaan kepada publik.

Tujuan melakukan *corporate social responsibility* sebenarnya adalah “untuk membangun hubungan dengan orang-orang di luar perusahaan tersebut hingga terbentuklah sikap publik yang *favourable* terhadap perusahaan sehingga timbul perhatian besar terhadap kepentingan publik, dan tindakan yang sesuai dengan kepentingan publik tersebut akan membangkitkan simpati dan kepercayaan publik terhadap perusahaan” (Ardianto, 2009, p. 264).

Corporate social responsibility yang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, juga menjadi salah satu cara perusahaan memberikan perhatian secara seimbang kepada *stakeholder* perusahaan yang beragam. *Corporate social responsibility* sendiri merupakan “kebijakan perusahaan yang bertanggung jawab sosial kepada masyarakat” (Susanto, 2002, p. 10-11). Perusahaan berkontribusi melaksanakan pengembangan ekonomi bagi komunitas dan masyarakat sekitar perusahaan sehingga perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan tetapi memperhatikan kepentingan masyarakat dan apa yang dibutuhkan masyarakat, serta melestarikan lingkungan.

Kontribusi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan tidak hanya menjadi kebijakan setiap perusahaan, melainkan juga menjadi komitmen perusahaan yang harus dijalankan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud adalah “kewajiban perseroan dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran” (Untung, 2009, p. 43).

Tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada *Tripple Bottom Line*. Di mana *trippel bottom line* meliputi : Pertama, kesejahteraan dan kemakmuran ekonomi, di mana perusahaan juga berpartisipasi dalam setiap perkembangan ekonomi negara dan berperan serta dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kedua, adalah peningkatan kualitas lingkungan yang berarti perusahaan bertanggung jawab atas lingkungan dan keberlangsungan hidupnya. Perusahaan perlu melestarikan lingkungan bukan hanya dapat memakai saja, tetapi perusahaan juga harus tahu bagaimana cara merawatnya. Ketiga adalah keadilan sosial, di mana perusahaan berusaha untuk tidak terjadi kesenjangan sosial di antara masyarakat. Perusahaan perlu melakukan kegiatan yang peningkatan kualitas hidup masyarakat (Wahyudi, 2011). Perusahaan perlu melakukan kegiatan yang mampu berdampak bagi masyarakat dan mengacu pada pedoman tersebut.

PT. Pembangkitan Jawa Bali (PT. PJB) merupakan salah satu perusahaan negara yang bergerak di bidang pembangkitan tenaga listrik. PT. PJB adalah anak perusahaan dari PT. PLN. PT. PJB melaksanakan kegiatan usaha antara lain; sebagai penyedia tenaga listrik yang ekonomis, bermutu tinggi dan andal, melaksanakan pembangunan dan pemasangan pembangkit, pemeliharaan dan pengoperasian pembangkit, serta usaha-usaha lain yang berkaitan dengan kegiatan perseroan dalam rangka memanfaatkan secara maksimal potensi yang dimiliki. (PT. Pembangkit Jawa Bali, profil, 2012). Sebagai perusahaan yang memproduksi sumber daya listrik negara Indonesia, PT. PJB mempunyai komitmen yang kuat untuk menjadi perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar dan terhadap publiknya. PT. PJB terus memperhatikan isu sosial yang ada di masyarakat, dan terus melakukan kegiatannya dalam bertanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Empat bidang yang terus dibangun oleh PT. PJB yaitu bidang pendidikan, bidang sosial ekonomi kemasyarakatan, bidang kesehatan, bidang KAMTIBNAS dan lingkungan.

Aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT. PJB adalah pembuatan Biogas di Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan karena PT. PJB sebagai perusahaan energi listrik melihat bahwa sumber daya alam khususnya listrik di dunia sudah semakin berkurang yang disebabkan oleh bahan bakar fosil yang semakin menipis. Melihat semakin menipisnya sumber daya alam dan meningkatkan biaya produksi listrik, maka PT. PJB membantu masyarakat mengurangi ketergantungannya terhadap BBM dan beralih pada sumber energi alternatif yaitu Biogas. Yang menarik dari aktivitas *corporate social responsibility* Biogas ini adalah tempat berlangsungnya aktivitas ini. Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo merupakan salah satu tempat yang dipilih karena tempat ini merupakan tempat yang pernah berada pada masa kekurangan sumber energi untuk melakukan kegiatan sehari-hari seperti memasak, menyetrika dan menyalakan lampu. PT. PJB membantu warga untuk menggunakan energi

alternatif untuk memasak dan menyalakan lampu. Selain itu, mayoritas penduduk dusun ini memelihara sapi di rumah mereka, di mana kotoran sapi tersebut merupakan bahan awal pembuatan Biogas. Di desa ini, PT. PJB melakukan pembuatan fasilitas pusdiklat pembuatan biogas. Fasilitas ini disediakan PT. PJB untuk membantu dan mempermudah masyarakat dalam pembuatan Biogas. PT. PJB menggandeng Universitas Wijaya Kusuma (UWK) Surabaya dan Kelompok Tani Karya Mulya. Dalam kerjasama ini, pihak Kelompok Tani Karya Mulya mendapatkan bagian untuk menyediakan lahan. Sedangkan, PT. PJB bertanggung jawab untuk proyek pembangunan fisiknya. Universitas Widya Kusuma berkewajiban melakukan penelitian dan kajian untuk pengembangan biogas yang bersumber dari kotoran sapi (PT. Pembangkit Jawa Bali, *Community Development*, 2012).

Aktivitas *corporate social responsibility* Biogas yang dilakukan PT. PJB adalah mengadakan pelatihan bagi warga dusun Rejoso bagaimana cara membuat biogas, di mana kotoran sapi dimasukkan dalam reaktor yang kemudian diolah menjadi bahan bakar untuk listrik, memasak, dan lampu. Warga juga dilatih untuk menggunakan limbah dari biogas itu dengan mengolahnya menjadi pakan ikan atau pupuk. Selain itu, aktivitas ini juga dilakukan di beberapa daerah seperti Trenggalek, Bondowoso, Pacitan, dan Tulungagung.

Biogas sendiri menjadi salah satu solusi yang sedang dirintis untuk menanggulangi permasalahan bagi sumber daya alam, khususnya energi listrik yang mengalami kelangkaan. Biogas adalah gas yang dihasilkan oleh aktivitas anaerobik atau fermentasi dari bahan-bahan organik termasuk diantaranya; kotoran manusia dan hewan, limbah domestik (rumah tangga), sampah *biodegradable* atau setiap limbah organik yang *biodegradable* dalam kondisi anaerobik. Kandungan utama dalam biogas adalah metana dan karbon dioksida. Biogas dapat digunakan sebagai bahan bakar kendaraan maupun untuk menghasilkan listrik. Biogas yang dihasilkan oleh aktivitas anaerobik sangat populer digunakan untuk mengolah limbah *biodegradable* karena bahan bakar dapat dihasilkan sambil menghancurkan bakteri patogen dan sekaligus mengurangi volume limbah buangan. Metana dalam biogas, bila terbakar akan relatif lebih bersih daripada batu bara, dan menghasilkan energi yang lebih besar dengan emisi karbon dioksida yang lebih sedikit. Pemanfaatan biogas memegang peranan penting dalam manajemen limbah karena metana merupakan gas rumah kaca yang lebih berbahaya dalam pemanasan global bila dibandingkan dengan karbon dioksida. Karbon dalam biogas merupakan karbon yang diambil dari atmosfer oleh fotosintesis tanaman, sehingga bila dilepaskan lagi ke atmosfer tidak akan menambah jumlah karbon di atmosfer bila dibandingkan dengan pembakaran bahan bakar fosil. Selain itu, limbah dari biogas sendiri dapat menjadi dapat diolah kembali untuk menjadi pakan ikan dan pupuk yang menghasilkan tanaman yang lebih subur. Pakan ikan dan pupuk tersebut akan *dipacking* dan dapat dijual oleh warga.

Setelah mendapatkan beberapa data mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas ini, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai sikap warga Dusun Rejoso, yang mendapatkan bantuan dari PT. PJB. Di mana

penelitian ini juga sebagai evaluasi bagi aktivitas yang dilakukan oleh PT. PJB yang dapat menjadi landasan untuk melakukan kegiatan selanjutnya.

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan judul “Sikap Masyarakat Timor Tengah Selatan mengenai Program CSR Aqua Satu untuk Sepuluh”. Namun penelitian ini, lebih kepada bagaimana sikap masyarakat Timor Tengah Selatan mengenai setiap tahap dari program CSR Aqua, yaitu dari tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, hingga pelaporan. Dalam penelitian ini, peneliti lebih kepada implementasi CSR yang dijalankan PT. PJB dan bagaimana tanggapan warga dusun Rejoso mengenai implementasi program *corporate social responsibility* tersebut.

Penelitian ini juga dilakukan karena PT. PJB sebagai perusahaan pembangkit tenaga listrik kurang begitu dikenal oleh masyarakat, karena banyak masyarakat Indonesia yang lebih mengenal PT. PLN sebagai penyuplai tenaga listrik. Jadi berdasarkan fakta di atas, aktivitas *corporate social responsibility* Biogas yang dilakukan oleh PT. PJB ini menarik untuk diteliti, sehingga diangkatlah topik yaitu :

“Bagaimana sikap warga Dusun Rejoso, Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan mengenai aktivitas *Corporate Social Responsibility* Biogas PT. PJB?”

Landasan Teori

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah sikap dan aktivitas *corporate social responsibility*.

Sikap

Menurut Berkowitz Sikap adalah “suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu obyek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favourable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavourable*) pada objek tersebut” (dalam Azwar, 2011, p.5). La Pierre sebagaimana mendefinisikan sikap sebagai “suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif, predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respons terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan. Sikap dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecenderungan potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respons (dalam Azwar, 2011, p.5)

Struktur Sikap

Sikap dibentuk oleh beberapa komponen yang membentuk struktur. Mulai dari stimulus yang menerpa dan manusia memberikan sikap terhadap stimulus tersebut. Struktur tersebut terdiri dari komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen perilaku. Berikut penjelasan masing-masing komponen sikap, yaitu (Azwar, 2011, p. 24) :

- a. **Komponen kognitif**
Merupakan representasi apa yang dipercayai individu pemilik sikap. Komponen kognitif ini menunjukkan adanya pengetahuan individu terhadap suatu obyek, dan adanya kepercayaan, persepsi mengenai obyek tersebut.
- b. **Komponen afektif**
Diartikan sebagai perasaan yang menyangkut aspek emosional. Bagian di mana manusia mempunyai rasa atau emosi mengenai suatu obyek setelah tahu akan obyek tersebut.
- c. **Komponen perilaku**
Merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki. Setelah individu mengetahui dan memiliki emosi terhadap suatu obyek, maka individu akan bertindak atau bereaksi terhadap obyek tersebut.

Komponen sikap ini akan menjadi indikator dalam penelitian ini, untuk mengukur bagaimana sikap warga dusun Rejoso mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas yang dilakukan oleh PT. PJB.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility*

Ada delapan indikator implementasi *corporate social responsibility*, yaitu (Kartini, 2009, p. 54-55) :

- 1. Leadership (Kepemimpinan)**
Program *corporate social responsibility* ditinjau dari nilai kepemimpinan yang dilakukan PT. PJB dalam melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility*.
- 2. Proporsi Bantuan**
Bantuan yang diberikan melalui aktivitas *corporate social responsibility* kepada masyarakat sudah sesuai dengan kebutuhan. Anggaran atau proporsi bantuan yang besar tidak menjamin bahwa aktivitas *corporate social responsibility* berhasil.
- 3. Transparansi dan Akuntabilitas**
Adanya data dan pelaporan yang jelas dari pihak manajemen mengenai aktivitas *corporate social responsibility* merupakan faktor yang penting. Selain itu, perlu adanya survei dan pengujian sejauh mana program *corporate social responsibility* sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perusahaan telah mendapatkan umpan balik dari masyarakat dengan menggunakan wawancara dengan para penerima bantuan.
- 4. Cakupan Wilayah**
Adanya identifikasi penerima bantuan secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang ditentukan.
- 5. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi**
Adanya perencanaan yang melibatkan *stakeholder* dalam setiap aktivitas *corporate social responsibility*. Dalam tahap perencanaan, pihak manajemen juga memperhatikan aspek lokalitas, misalnya tentang budaya-budaya yang ada di masyarakat yang akan mendapatkan bantuan. Selain itu, perlu juga adanya pedoman mengenai aktivitas *corporate social*

responsibility yang menjadi landasan dalam perencanaan program dan sebagai tolok ukur untuk melakukan evaluasi di akhir program.

6. Pelibatan Stakeholder (*Stakeholders Engagement*)

Pelibatan *stakeholder* juga mempengaruhi kesuksesan aktivitas *corporate social responsibility*. Mulai dari dewan direksi, publik eksternal seperti universitas, komunitas dalam masyarakat, masyarakat yang mendapatkan bantuan, dll.

7. Keberlanjutan (*Sustainability*)

Aktivitas *corporate social responsibility* dikatakan berhasil bila ada keberlanjutan program. Meskipun perusahaan tidak terlibat langsung, namun ada salah satu *partner* yang membantu masyarakat untuk tetap menjalankan aktivitas *corporate social responsibility* tersebut.

8. Hasil Nyata (*Outcome*)

Adanya dampak yang didapatkan oleh masyarakat setelah mendapatkan bantuan dalam aktivitas *corporate social responsibility*, misalnya dokumentasi yang menunjukkan bahwa ada peningkatan kemampuan sumber daya manusia, perubahan pola pikir masyarakat, ekonomi masyarakat yang dinamis, adanya penguatan komunitas.

Komponen aktivitas *corporate social responsibility* ini akan menjadi dimensi yang digunakan untuk mengukur sikap warga mengenai aktivitas *corporate social responsibility*.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Dalam penelitian ini konsep utama yang digunakan adalah sikap dengan indikator yang digunakan adalah kognitif, afektif, dan konatif. Sedangkan dimensi yang digunakan adalah dimensi aktivitas *corporate social responsibility* yang terdiri dari *leadership* (kepemimpinan), proporsi bantuan, transparansi dan akuntabilitas, cakupan wilayah, perencanaan dan mekanisme monitoring dan evaluasi, pelibatan stakeholder, keberlanjutan, dan hasil nyata.

Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah warga Dusun Rejoso. Desa Sumber Rejo Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan, yang tentu berpartisipasi dalam kegiatan *corporate social responsibility* ini, dan mendapatkan bantuan aliran listrik. Sedangkan, yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah sikap warga Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas PT. PJB. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 239 orang, dan sampling yang digunakan sebanyak 71 orang.,

Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah survei dan wawancara, sebagai pendukung data yang didapatkan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data

yang digunakan adalah skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah *editing*, *coding*, uji validitas, uji reliabilitas, distribusi frekuensi, dan tabulasi silang.

Temuan Data

Berikut adalah hasil temuan peneliti berupa gambar mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas yang dilakukan oleh PT. PJB sebagai bantuan kepada warga Dusun Rejoso :



Gambar 1. Pusbangdiklat Biogas Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kab. Pasuruan



Gambar 2. Tempat Penampungan Sapi



Gambar 3. Tempat Pengolahan Kotoran Sapi

Berikut adalah data yang didapatkan oleh peneliti tentang sikap warga Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan mengenai Aktivitas *Corporate Social Responsibility* Biogas PT. PJB :

Tabel 1. Aspek Sikap Kognitif

Pengetahuan mengenai aktivitas CSR Biogas	
Biogas	Score
Positif	49
Netral	21
Negatif	1
Total	71

Tabel 2. Aspek Sikap Afektif

Afektif mengenai aktivitas CSR Biogas	
Biogas	Score
Positif	45
Netral	25
Negatif	1
Total	71

Tabel 3. Aspek Sikap Konatif

Konatif mengenai aktivitas CSR Biogas	
Biogas	Score
Positif	40
Netral	30
Negatif	1
Total	71

Analisis dan Interpretasi

Secara keseluruhan bahwa 49 responden memiliki kecenderungan sikap kognitif mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas positif. Dilanjutkan

dengan 21 responden dengan kecenderungan sikap kognitif mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas netral, dan 1 responden dengan kecenderungan sikap kognitif negatif. Ini menunjukkan bahwa adanya pengetahuan warga Dusun Rejoso mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas PT.PJB. “Komponen kognitif ini menunjukkan adanya pengetahuan individu terhadap suatu obyek, dan adanya kepercayaan, persepsi mengenai obyek tersebut” (Azwar, 2011, p.7). Juga terlihat pada tabel 2. ada 45 responden yang memiliki kecenderungan sikap afektif positif mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas PT. PJB, dan 25 responden dengan kecenderungan netral, serta 1 responden dengan kecenderungan negatif. Fakta menunjukkan bahwa warga Dusun Rejoso menyukai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas PT. PJB. “Komponen afektif diartikan sebagai perasaan yang menyangkut aspek emosional. Bagian di mana manusia mempunyai rasa atau emosi mengenai suatu obyek setelah tahu akan obyek tersebut” (Azwar, 2011, p.8). Untuk sikap konatif mengenai aktivitas *corporate social responsibility* ada 40 responden dengan kecenderungan positif, 30 responden dengan kecenderungan netral, dan 1 responden dengan kecenderungan negatif. “Komponen konatif merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki. Setelah individu mengetahui dan memiliki emosi terhadap suatu obyek, maka individu akan bertindak atau bereaksi terhadap obyek tersebut (Azwar, 2011, p.8).

Data di atas membuktikan bahwa sikap kognitif mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas lebih tinggi daripada sikap afektif dan konatif. Warga Dusun Rejoso cenderung hanya mengetahui aktivitas *corporate social responsibility* Biogas saja, namun menyukai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas dan kecenderungan untuk ikut berperan serta masih kurang dikarenakan warga Dusun Rejoso yang mulai sibuk dengan penggarapan sawah dan dampak yang didapatkan oleh warga di sana cenderung sedikit. Mereka menginginkan adanya pengembangan teknologi Biogas dan keberlanjutan aktivitas *corporate social responsibility* dari PT. PJB dan kelompok tani. “Warga di sini sangat sibuk untuk penggarapan sawah dan ada yang bekerja di luar sebagai buruh atau pegawai negeri, jadi banyak orang tidak bisa mengikuti kegiatan ini,” kata Bapak Salim, kepala kelompok tani. Selain itu, Biogas dirasa kurang efisien pada saat sekarang karena pembuatannya yang memakan waktu lama.

Selain daripada pernyataan Bapak Salim, yang merupakan kepala kelompok tani dan penanggung jawab aktivitas *corporate social responsibility* Biogas, Hal ini senada dengan pendapat Bapak Mulyono sebagai staf Humas dan *Community Development* dan merupakan penanggung jawab dari PT. PJB mengenai aktivitas *corporate social responsibility*, ketika dikonfirmasi oleh peneliti mengenai CSR Biogas ini. “Warga kurang memanfaatkan hasil dari aktivitas *corporate social responsibility* ini. Mereka membutuhkan pengembangan dan bimbingan yang berlanjut dari PT. PJB” kata Bapak Mulyono. Pernyataan ini diberikan pada saat peneliti melakukan wawancara pada tanggal 5 Oktober 2012 di kantor PT. PJB Surabaya. Aktivitas ini terus berjalan namun warga yang menggunakan Biogas sebagai energi alternatif hanya sedikit dikarenakan warga membutuhkan pengembangan lebih, dan bimbingan dari staf PT. PJB. Pendekatan juga dilakukan oleh staf PT. PJB dengan warga, dan warga memberikan respon yang

sangat positif dengan aktivitas ini. Dari pengamatan peneliti di lapangan, warga terus ingin belajar dan terus mengembangkan kegiatan CSR Biogas ini.

Simpulan

Hasil yang terlihat dari sikap warga Dusun Rejoso mengenai aktivitas *corporate social responsibility* Biogas PT. PJB membawa peneliti pada kesimpulan bahwa dalam melaksanakan aktivitas *corporate social responsibility* setiap langkah mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi kegiatan perlu dilakukan serta perlunya strategi komunikasi yang baik yang dapat mendapatkan tanggapan positif dari publik. Sikap yang ditunjukkan oleh warga Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo mengenai aktivitas *corporate social responsibility* ini, dapat dilihat pada beberapa pernyataan warga yang menyatakan bahwa aktivitas ini sudah baik. Adanya beberapa tanggapan lain dari warga yang memberi masukan bagi aktivitas ini seperti adanya kelanjutan, dan adanya pengembangan untuk teknologi yang berfungsi untuk pembuatan Biogas. Setelah hasil yang didapatkan dari penelitian ini, banyak juga penelitian yang bisa dilakukan, yaitu penelitian mengenai evaluasi kegiatan yang perlu dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada, dan kebutuhan yang perlu dipenuhi oleh warga Dusun Rejoso maupun PT. PJB.

Daftar Referensi

- Ardianto. (2009). *Public relations praktis*. Bandung : Widya Padjajaran
- Azwar, Saifuddin. (2012). *Sikap manusia : teori dan pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Cutlip, Scott M., Allen H. Center, Glen M. Broom. (2009). *Effective public relations*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate social responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kartini, Dwi. (2009). *Corporate social responsibility transformasi konsep sustainability management dan implementasi di indonesia*. Bandung : Refika Aditama
- Kasali, Rhenald. (1994). *Manajemen public relations*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti
- Susanto, A.B. (2009). *Reputation-driven corporate social responsibility*. Jakarta: Erlangga Group
- Untung, Hendrik. (2009). *Corporate social responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika
- Wahyudi, Isa. (2011). *Corporate social responsibility : prinsip, pengaturan, dan implementasi*. Malang : Setara Press
- www.ptpjb.com